

## O QUE AS CRIANÇAS GOSTAM DE FAZER NA INTERNET?

Jéssica Dayane do Nascimento

*Universidade Federal de Pernambuco, e-mail: jessican31@gmail.com*

### RESUMO

Neste contexto de alta tecnologia e crescente globalização da economia e da cultura que vivemos hoje, levantam questões relacionadas com os novos modos de perceber e de interagir, apresentadas pelas crianças em suas relações com as mídias novas e antigas. As tecnologias a que hoje temos acesso, configuram-se como modificadoras nas formas de relacionamento das crianças com a informação e comunicação. A utilização de som, imagem, texto, grafismos e todas as potencialidades hipermídia, contribuem para cativar o utilizador desta faixa etária, com uma boa vantagem de tornar possível a aprendizagem adaptada a diferentes estilos, ritmos e capacidades das crianças, com grande facilidade e flexibilidade de utilização. Desse modo, na interação de crianças navegando na internet, percebe-se que, instigadas pela curiosidade, elas atingem o domínio do que estão fazendo. Tendo isso em vista, o desenvolvimento deste estudo, partiu dos seguintes questionamentos: o que as crianças conhecem da internet? O que elas procuram e fazem? Na busca por essas respostas, a metodologia adota foi um estudo de caso, com abordagem qualitativa. Para tal fim, utilizou-se como técnica de coleta de dados: entrevista e análise de desenhos feitos pelas crianças sobre o que elas gostam de fazer na internet. Este trabalho, procurou esclarecer as formas de utilização da internet pelas crianças, tendo como intuito saber: como as crianças usam essa ferramenta e o que elas fazem quando utilizam a internet, bem como a influência exercida por esse recurso na infância das crianças de hoje.

**Palavras-chave:** Crianças, Internet, Tecnologias.

### INTRODUÇÃO

As tecnologias a que hoje temos acesso, configuram-se como modificadoras nas formas de relacionamento das crianças com a informação e a comunicação. A utilização de som, imagem, texto, grafismos e todas as potencialidades hipermídia, contribuem para cativar o utilizador desta faixa etária, com uma boa vantagem de tornar possível a aprendizagem adaptada a diferentes estilos, ritmos e capacidades das crianças, com grande facilidade e flexibilidade de utilização.

A televisão ainda continua sendo a mídia de maior alcance e importância nos processos de socialização das novas gerações, por sua presença na vida cotidiana da maioria das crianças do mundo. Seguida da internet, que vem crescendo neste processo, tendendo a substituir alguns, mas não todos os usos da televisão. O poder de influência que essas mídias exercem são de grande proporção e dificilmente mensurável em toda sua complexidade. Logo, esse estudo tem como objetivos saber o que as crianças conhecem da Internet e o que

elas procuram e fazem. Posto isso, na busca por essas respostas foram realizadas análises, através de desenhos das crianças sobre o que elas gostam de fazer na internet.

A partir dos anos 1980, começaram a surgir novas formas de consumo, consumo não somente de bens materiais, mas também de bens simbólicos. Nesse processo de desenvolvimento da indústria do consumo, as crianças passaram a ser consideradas consumidoras ativas e com isso as ferramentas de marketing foram ampliadas, buscando atingir este público. Tendo isso em vista, a relação da criança com os discursos da mídia, é vista por alguns autores, como é o caso de Postman (1999), de forma negativa e influente, na qual a criança é considerada receptora passiva, uma vítima dos processos, onde sua inocência é roubada e elas são controladas e manipuladas.

Por outro lado, numa visão otimista dessas mídias, são apresentadas como capazes de oferecer à criança novas formas de ver o mundo “[...] longe de como vítimas passivas das mídias, as crianças passam a ser vistas como dotadas de uma forma poderosa de ‘alfabetização midiática’, uma sabedoria natural espontânea de certo modo negada aos adultos”. (Buckingham, 2007, p. 65). Portanto, a ideia da criança sujeitada ao domínio tecnológico e dos poderes da rede, cede lugar a seguinte constatação: as crianças intervêm na rede, fazem e refazem as suas interações. Posto isso, a problemática central a que se reporta esse trabalho, visa discutir as condições em que as crianças usam as redes sociais, sites de jogos, sites de compra e como conduzem a sua navegação na internet.

## **METODOLOGIA**

Na busca por respostas, a metodologia adota foi um estudo de caso, pois segundo Duarte (2001 apud DUARTE; BARROS, (Orgs.), 2006) essa foi a melhor estratégia a ser usada para responder as questões “como” e “por que” sobre um assunto específico, a partir da pesquisa qualitativa. À abordagem da pesquisa, foi de natureza qualitativa, pois os dados recolhidos são em formas de palavras e imagens.

Como procedimento metodológico, utilizou-se como técnica de coleta de dados: entrevistas e análise de desenhos feitos pelas crianças sobre o que elas gostam de fazer na internet. “Na entrevista a relação que se cria é de interação, havendo uma atmosfera de influência recíproca entre quem pergunta e quem responde”. (LUDKE; ANDRÉ, 1986, p. 33). Com base nisso, foi realizada uma entrevista semi-estruturada, que consistiu em um roteiro de perguntas, nas quais foram aplicadas com quatro crianças, com faixas etárias entre cinco e

seis anos de idade, com vista a obter informações sobre: o que as crianças conhecem da internet e o que elas procuram e fazem.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A primeira criança entrevistada se chama Luiz<sup>1</sup>, ele tem seis anos e explicita em sua fala, que a sua maior diversão é estar navegando na internet. Aliás, essa palavra nunca esteve tão em alta nas últimas décadas. Ele usa o celular todos os dias, e afirma que em todo o momento. Nesse sentido, é preciso estabelecer as relações que as crianças criam com a internet, com o computador, celular, tablet e monitorar as buscas que a criança fazem, assim como, em que condições elas utilizam a internet: redes sociais? Jogos? Que tipo de jogos? Luiz, por exemplo, em seu desenho aparecem dois jogos: Avabel e Minecraft, que são representados por bonecos. Ele afirma, que prefere ficar no celular a brincar com os seus brinquedos e desenhar.

A internet ganha cada vez mais espaço no cotidiano das pessoas e de maneira avassaladora está entrando no universo infantil. Dessa forma, as crianças são influenciadas pelo que assistem e pesquisam na internet, veem na televisão, os jogos, os vídeos que são violentos. Se a criança joga/assiste sem o auxílio de um adulto, ela incorpora o que ali está sendo passado, podendo levar a violência para a sua vida real, supondo que é uma maneira viável de resolver até mesmo pequenos conflitos que acontecem em seu dia a dia.

Hoje, é muito frequente observarmos crianças, que ainda menores que quatro anos, estão utilizando um aparelho eletrônico e que muitas vezes são incentivadas pelos próprios pais. Que se sentem orgulhosos quando falam que seus filhos nasceram na “Geração Z”<sup>2</sup> e são crianças tecnológicas, com discursos de que no tempo em que vivemos, é impossível distanciar a criança da tecnologia, porque nasceram em uma geração tecnológica. Segundo os autores Campos e Souza (2003), a mídia invade nosso cotidiano. A criança e o adolescente de hoje, não conheceram o mundo de outra maneira, pois nasceram imersas no mundo com telefone, fax, computadores, televisão, etc.

---

<sup>1</sup> Nome fictício

<sup>2</sup> A Geração Z é a definição sociológica para definir a geração de pessoas nascidas de 1988 até os dias atuais.

De acordo com Postman (1999), a infância nitidamente está desaparecendo, pois as crianças estão mais adultizadas por irresponsabilidade de uma sociedade que induz o consumo desde muito cedo. Uma criança que afirma, assim como Luiz, que prefere ficar no celular ao invés de brincar com os seus brinquedos, demonstra uma fragilidade em ser criança, no qual o celular e os jogos eletrônicos deveriam ser apenas mais um brinquedo em que ele se dedicaria a brincar com estimativa de tempo e monitorado pelos pais, voltando a um antigo discurso de cada coisa no seu tempo.



(Imagem do desenho feito por Luiz)

A segunda criança entrevistada se chama Miguel<sup>3</sup>, que é uma criança que tem cinco anos. Podemos observar, a presença do celular como meio que possibilita o acesso dele a

---

<sup>3</sup> Nome fictício

internet. Ele informou, que não possui um celular próprio, mas que utiliza o aparelho da sua mãe para navegar no mundo digital, assim, não fazendo uso todos os dias. Quando questionado do que mais gosta de fazer quando está online, ele responde que gosta de jogos de carro e de assistir desenhos na netflix. O seu desenho no papel apresenta uns personagens, alguns deles desenhos que costuma assistir, e outros são criados por Miguel, como por exemplo, o monstro que rouba celular. Os demais personagens, possuem uma característica em comum, todos estão com alguma arma em mãos.

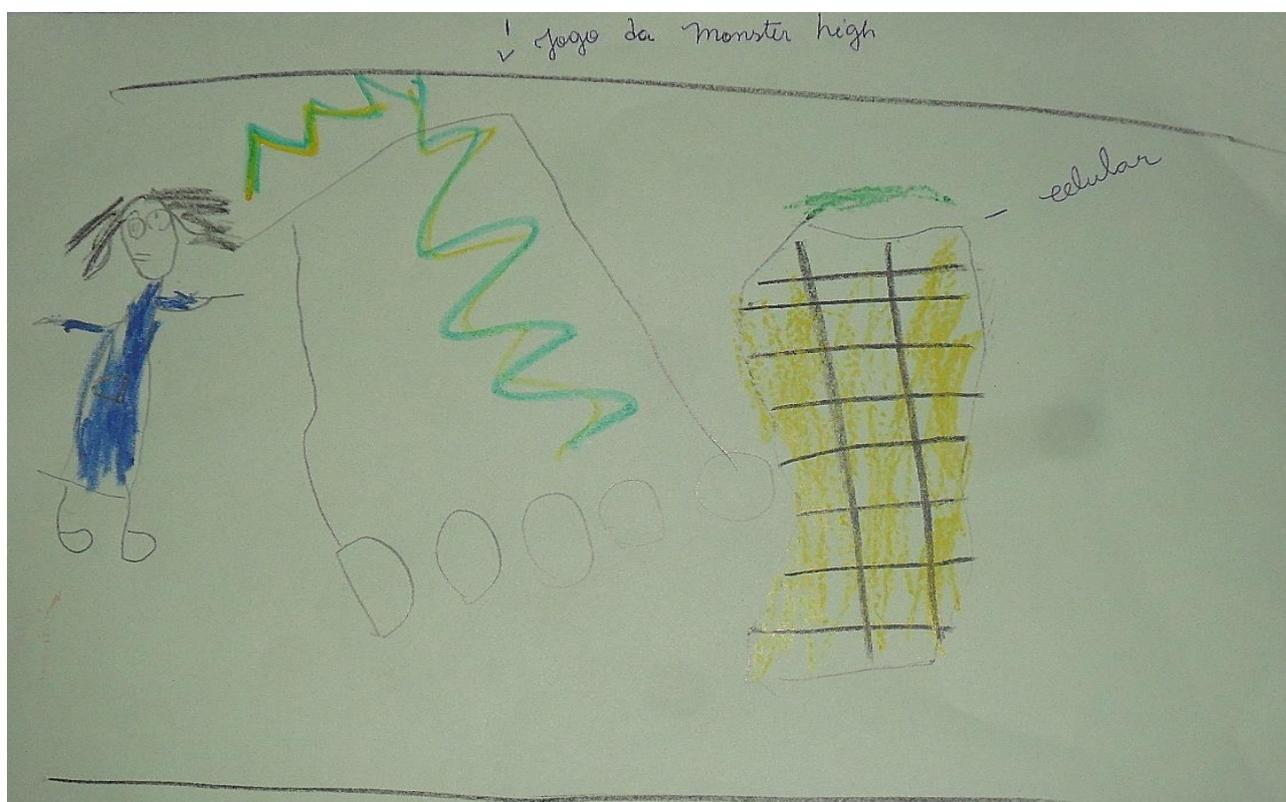


(Imagem do desenho feito por Miguel)

A terceira criança entrevistada se chama Manuela<sup>4</sup>, ela tem cinco anos e assim como o Luiz, Manuela prefere jogar no celular da sua mãe, do que brincar com seus brinquedos. Segundo a mesma, todo dia após a chegada da sua mãe do trabalho, ela empresta o celular

<sup>4</sup> Nome fictício

para a menina jogar. Ao ser questionada a respeito do que mais gosta de fazer na internet, Manuela relata que ama jogar um jogo chamado monster high e um outro que ela não sabe o nome, só conseguiu explicar se trata de um jogo para amamentar o bebê. A menina justifica a sua escolha, afirmando que ela só os joga, porque se trata de jogos de meninas, caso o contrário, não jogaria e quando questionada sobre o que faz na internet, além de jogar a mesma disse que gosta de assistir filmes de princesas. Nesse sentido, podemos notar em sua fala, que ela é fortemente influenciada pelo discurso sobre estereótipos de gênero. Abaixo temos as imagens do desenho feito por Manuela.



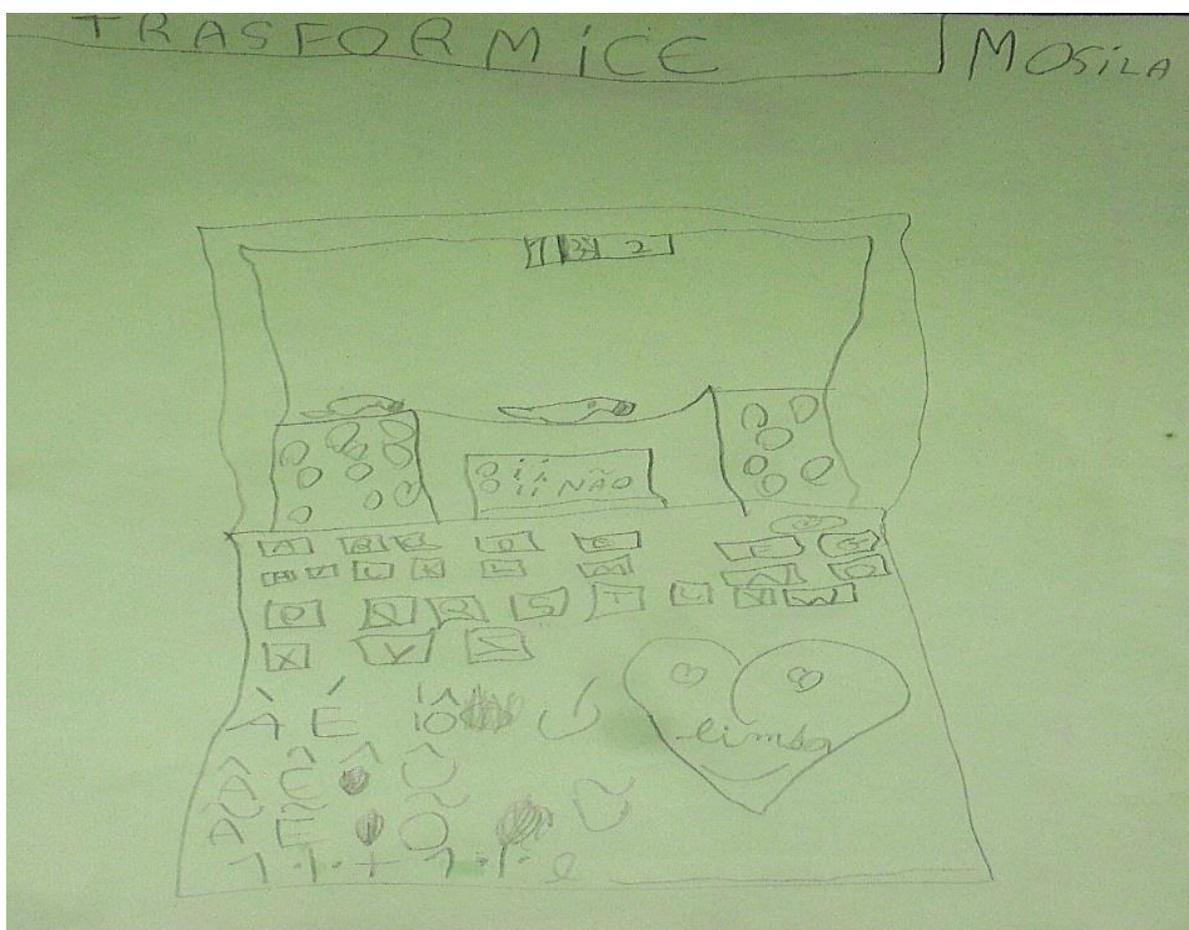
(Imagem do desenho feito por Manuela)

A quarta criança entrevistada se chama Murilo<sup>5</sup>, ele tem seis anos de idade. No início da entrevista, Murilo relatou que queria jogar. Segundo ele, não há nada mais legal do que jogar, principalmente se for pelo celular, pois segundo o mesmo, ele pode segurar, ou seja, ter a posse do objeto, porém se não tiver o celular, mas tiver o computador não tem problema, pois ele joga do mesmo jeito. Conversando com o menino, foi descoberto que quando ele está

---

<sup>5</sup> Nome fictício

jogando, ele gosta de ficar sozinho e passar horas e mais horas somente jogando. Murilo ainda afirma, que só usa a internet para jogar. De acordo com o mesmo, sempre que tem a oportunidade independente do lugar que ele esteja, ele joga, seja na igreja, na escola ou em casa. O seu jogo favorito é Transformice, que se trata de um jogo de superar os obstáculos. Analisando o seu desenho, podemos observar que no jogo há um chat para os jogadores conversarem, o que acaba deixando as crianças numa situação de vulnerabilidade. Visto que, elas podem entrar em contato com qualquer estranho. Diante disso, é importante ressaltar que os pais devem observar o que os seus filhos fazem ao navegar, para poder dar limites as crianças, que são consumidoras totalmente passivas.



(Imagem do desenho feito por Murilo)

A partir das análises realizadas, podemos concluir que, a medida em que as crianças ganham familiaridade com o computador, o celular, o tablet e a internet, é comum que comecem a aparecer a brincadeira narrativa, a verbalização de um faz de conta diante da tela.

## CONCLUSÃO

As crianças da geração atual nasceram na era dos computadores, tablets, smartphones e, principalmente, da internet, algo que as pessoas da geração anterior só puderam ter um contato maior no início da adolescência. O primeiro efeito disso, são que essas crianças possuem maior facilidade e rápido aprendizado quanto ao uso das tecnologias. No entanto, este trabalho mostrou o que já dizia Postman (1999), a infância está visivelmente desaparecendo, por influência do consumismo e agora com a ajuda da internet, sendo ela, mais uma ferramenta que incentiva na adultilização das crianças. Posto isso, podemos entender como preocupante e sintomático uma criança afirmar que prefere ficar no computador, a brincar com seus amigos ou com um brinquedo, como pudermos ver nas análises realizadas a partir dos desenhos delas. Por isso, é preciso chamarmos a atenção para importância dos pais fazerem-se presentes nesse espaço, monitorando e principalmente orientando o uso consciente do mundo digital.

A internet é uma nova forma de mídia acessível para qualquer pessoa que tenha um equipamento técnico, não apenas como usuário, mas também como produtor. Uma vez que, a rede dá aos indivíduos a oportunidade de criar e comunicar algo. Desse modo, as crianças interagem com os textos da mídia, a partir da sua cultura e seus costumes, além de produzirem mensagens, atribuindo novos significados e empregando-os de formas diferentes. Assim, é importante que as crianças aprendam habilidades para reconhecer as mensagens ocultas que podem ser encontradas em alguns sites. Do contrário, há o risco de as crianças serem alvos fáceis, para qualquer um que deseje divulgar ideias e propagandas pela internet. Já que, a propaganda na internet, varia de anúncios de fácil leitura em páginas da rede a mensagens enviadas, para os endereços eletrônicos dos usuários. Portanto, estamos diante a uma poderosa rede de cultura e de socialização, que permite aos utilizadores e consumidores, apropriarem-se e atribuírem significação às mensagens e informações, veiculadas nos seus contextos de vida e tendo como base as suas necessidades, motivações e interesses.

As crianças são alvos fáceis a esse tipo de publicidade, podemos tomar como exemplo a TV, por apresentar inúmeras propagandas nos intervalos, destinadas as crianças. Assim, a publicidade para o público infantil, ocorre em todos os lugares e quase que o tempo todo, e nos dias de hoje muitas crianças possuem canais no Youtube. Conhecidos como “Youtubers mirins”, as crianças abordam os mais diversos assuntos em vídeos, seja sobre maquiagem, tutoriais de como jogar games, música, compras, viagens e etc.

Atualmente, existe um crescente movimento da transmídia de publicidade destinada para crianças, que têm a internet como centro. As empresas se aproveitam do interesse das crianças por conhecimento, tecnologia e entretenimento, para propagar os seus produtos e serviços, através de conteúdo supostamente educacional e de entretenimento. Desse modo, brinquedos e alimentos, por exemplo, aparecem em meio a jogos, vídeos na forma de games, que disfarçam o seu intuito mercadológico, marcando na memória das crianças a imagem de determinada marca relacionada a esses conteúdos.

## REFERÊNCIAS

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. São Paulo: Loyola, 2007.

CAMPOS, Cristiana Caldas Guimarães.; SOUZA, Solange Jobim e. Mídia, Cultura do Consumo e Constituição da Subjetividade na Infância. *Psicologia Ciência e Profissão*. Brasília. vol.23 n°1. p. 12-21. mar. 2003.

CANCLINI, N. **Consumidores e Cidadãos** - conflitos multiculturais da globalização. UFRJ, Rio de Janeiro, 1997.

DUARTE, Marcia Yin. M. **Estudo de caso**. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 215 - 235.

LUDKE, Menga & ANDRÉ, Marli E.D.A. **Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas**. São Paulo, Editora Pedagógica e Universitária, 1986. p. 99.

POSTMAN, N. **O desaparecimento da infância**. Graphia, Rio de Janeiro, 1999.